


Program Edukasi Kosmetik Aman pada Siswa MAN 1 Kota Jambi

¹⁾Puspa Dwi Pratiwi*, ²⁾Yuliawati, ³⁾Indri Maharini, ⁴⁾Maimum, ⁵⁾Fitrianingsih, ⁶⁾Syamsurizal, ⁷⁾Marizki Pondawinata

^{1,3,4,5,6,7)}Program Studi Farmasi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

²⁾Program Studi Pendidikan Profesi Apoteker, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

Email Corresponding: puspadwipratiwi@unja.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: kosmetik Siswa Sekolah Pengabdian Edukasi	<p>Program edukasi kosmetik aman pada siswa MAN 1 Kota Jambi dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan pemahaman remaja mengenai pemilihan dan penggunaan produk kosmetik yang memenuhi standar keamanan. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh maraknya peredaran kosmetik ilegal dan kurangnya literasi siswa terkait identifikasi kosmetik berizin edar, kandungan berbahaya, serta risiko kesehatan akibat penggunaan produk yang tidak sesuai. Metode pelaksanaan meliputi pretest, penyuluhan interaktif, demonstrasi cara memeriksa izin BPOM, dan post test untuk menilai peningkatan pengetahuan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman siswa mengenai kriteria kosmetik aman ($p < 0,001$). Selain itu, siswa menunjukkan antusiasme tinggi terkait pemilihan kosmetik yang digunakan untuk sehari-hari. Program ini membuktikan bahwa edukasi yang bersifat aplikatif dan sesuai konteks remaja dapat meningkatkan kesadaran dalam memilih kosmetik yang aman dan legal. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model edukasi berkelanjutan yang dapat diterapkan di sekolah guna mendukung perilaku penggunaan produk kosmetik yang bertanggung jawab di kalangan remaja.</p>
	ABSTRACT
Keywords: Cosmetics Students School Community Service Education	<p>A safe cosmetics education program for students at MAN 1 Jambi City was carried out to enhance adolescents' comprehension of proper selection and use of cosmetic products that comply with established safety standards. This initiative was undertaken in response to the widespread distribution of illegal cosmetic products and the limited student literacy concerning the identification of authorized cosmetics, harmful constituents, and potential health risks arising from improper product use. The program employed several methods, including a pretest, interactive instructional sessions, an explanation of procedures for verifying BPOM authorization, group discussions, and a post-test to evaluate knowledge improvement. Findings from the activity revealed a substantial increase in students' understanding of the essential criteria for safe cosmetic products ($p < 0,001$). Moreover, students exhibited strong interest and engagement in applying safe cosmetic selection practices in their daily routines. This program highlights the effectiveness of practical and contextually relevant educational approaches in improving adolescents' awareness of safe and legally compliant cosmetic use. The initiative is anticipated to serve as a sustainable educational model that can be adopted by schools to promote responsible cosmetic product use among youth.</p>
	<p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p>
	

I. PENDAHULUAN

Penggunaan produk kosmetik di kalangan remaja Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan berkembangnya tren kecantikan yang dipengaruhi oleh media sosial dan akses informasi yang sangat terbuka. Berdasarkan data *We Are Social* pada tahun 2020, terdapat 160 juta jiwa dari 175,4 juta pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna media sosial aktif. penggunaan kosmetik saat ini bergeser dari yang berdasarkan kebutuhan menjadi hanya mengikuti perkembangan tren sosial media. Berdasarkan survey,

sumber informasi terkait kosmetik yang digunakan oleh remaja sebanyak 32% bersumber dari sosial media dengan 27% tempat pembelian kosmetik tersebut adalah *online shop* (Lestari & Widayati, 2022). Remaja menjadi segmen pasar yang rentan karena cenderung berperilaku konsumtif, memiliki kecenderungan bersikap eksploratif namun tidak diikuti dengan pengetahuan yang memadai mengenai kebutuhan kulit, keamanan kosmetik, kandungan bahan aktif, dan potensi efek samping jangka panjang. Fenomena ini diperparah oleh banyaknya produk kosmetik ilegal dan tidak terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang beredar secara bebas di platform *e-commerce* dan media sosial (Nawiyah et al., 2023; Putri, 2024).

Kurangnya literasi remaja mengenai cara mengidentifikasi kosmetik yang aman, termasuk pentingnya mengecek nomor notifikasi BPOM, memahami daftar bahan berbahaya, serta mengenali klaim produk yang tidak realistis, semakin meningkatkan risiko penggunaan kosmetik yang tidak memenuhi standar keamanan. Berdasarkan penelitian, terdapat banyak produk kosmetik yang dipasarkan dengan klaim berlebihan seperti mencantumkan kalimat “mencerahkan dalam 7 hari” atau “menghilangkan jerawat dalam semalam” tanpa adanya bukti ilmiah. produk dengan klaim tidak realistis tersebut sering kali mengandung bahan aktif yang tidak sesuai dengan aturan atau kadar yang tidak direkomendasikan sehingga berbahaya untuk penggunaan jangka pendek hingga jangka panjang (Suharsanti et al., 2025).

Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi edukatif yang terstruktur dan berbasis bukti untuk meningkatkan pemahaman remaja terkait pemilihan produk kosmetik yang tepat. Sekolah sebagai lingkungan pendidikan formal memiliki peran strategis dalam memberikan literasi kesehatan yang komprehensif, termasuk edukasi mengenai kosmetik aman. Melalui program edukasi yang relevan dan kontekstual, diharapkan remaja mampu mengembangkan perilaku konsumsi kosmetik yang lebih kritis, bertanggung jawab, dan sesuai standar kesehatan sehingga dapat meminimalkan risiko jangka panjang terhadap kesehatan kulit (Suhermi et al., 2025).

Mitra dalam program ini adalah komunitas remaja Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Jambi, yang mayoritas siswanya menggunakan kosmetik dan terpapar berbagai informasi khususnya berkaitan kosmetik dari internet. Diketahui bahwa masih terdapat kesenjangan pengetahuan mengenai kriteria kosmetik yang aman, kebutuhan kosmetik bagi remaja, cara membaca label produk, dan dampak negatif dari penggunaan kosmetik yang tidak sesuai dengan standar BPOM. Selain itu, belum terdapat program edukatif yang secara khusus membahas terkait kosmetik untuk remaja, padahal pendekatan ini sangat relevan dengan karakteristik generasi Z yang sering terpapar terhadap konten yang membahas kosmetik. Ketidaktahuan akan kosmetik berpotensi menimbulkan dampak kesehatan kulit dan psikologis, termasuk kepercayaan diri yang terganggu.

Berbagai program edukasi kosmetik aman pada remaja telah dilaksanakan di berbagai daerah di Indonesia, yang umumnya berfokus pada penyuluhan mengenai bahaya kosmetik ilegal, cara membaca label, dan pentingnya izin edar BPOM. Namun, sebagian besar kegiatan tersebut masih bersifat satu arah, tidak berbasis evaluasi kebutuhan peserta, dan belum mengintegrasikan perilaku konsumsi digital remaja yang saat ini didominasi oleh media sosial dan *e-commerce*. Selain itu, banyak program hanya melakukan kegiatan sosialisasi tanpa mengaitkannya dengan perubahan pengetahuan dan kemampuan praktis dalam memverifikasi keamanan produk yang digunakan sehari-hari. Hingga saat ini, belum terdapat program edukasi kosmetik aman yang secara khusus dirancang untuk remaja di MAN 1 Kota Jambi. Oleh karena itu, program ini dirancang untuk mengisi celah tersebut melalui pendekatan edukasi yang berbasis perilaku konsumsi digital remaja, dikombinasikan dengan sosialisasi dan evaluasi terukur terhadap perubahan pengetahuan peserta.

II. MASALAH

Permasalahan prioritas dari kegiatan ini adalah minimnya pemahaman remaja terhadap regulasi dan kandungan kosmetik. Banyak remaja yang tidak memahami cara membaca label kosmetik, mengidentifikasi bahan kosmetik sesuai dengan kebutuhan, mengidentifikasi bahan berbahaya, serta tidak mengetahui pentingnya izin edar BPOM. Selain itu, remaja kerap mengandalkan informasi dari tingginya pengaruh media sosial dan influencer tanpa dasar keilmuan yang tidak memiliki latar belakang kesehatan. Dengan pertimbangan tersebut, diperlukan suatu program pengabdian yang mampu menjawab kebutuhan mitra dalam bentuk edukasi kosmetik yang terpercaya. Program ini diharapkan dapat meningkatkan literasi kosmetik, kesadaran remaja akan pentingnya produk yang legal dan aman, serta membentuk pola konsumsi kosmetik yang bertanggung jawab di kalangan remaja.

Mitra dalam program ini adalah MAN 1 Kota Jambi yang berlokasi di Jalan KH. Hasan Anang, Olak Kemang, Kecamatan Danau Teluk, Kota Jambi, Jambi. Lokasi mitra berjarak 7,5 km dari Kampus Fakultas

Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Jambi. MAN 1 Kota Jambi dapat ditempuh dengan kendaraan bermotor selama kurang lebih 15 menit.



Gambar 1. Gerbang masuk (Kiri Atas), Kegiatan Siswa/I (Kanan Atas) dan Peta Lokasi MAN 1 Kota Jambi (Bawah)

III. METODE

Kegiatan pengabdian ini melibatkan mitra MAN 1 Kota Jambi sejumlah 25 orang. Pelaksanaan program pengabdian ini menggunakan metode edukasi partisipatif. Pendekatan pembelajaran partisipatif direkomendasikan dalam program promosi kesehatan remaja karena mampu meningkatkan keterlibatan, pemahaman kritis, dan perubahan perilaku jangka panjang (Israel et al., 2017; Wallerstein & Duran, 2010). Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2025 dengan tahapan sebagai berikut:

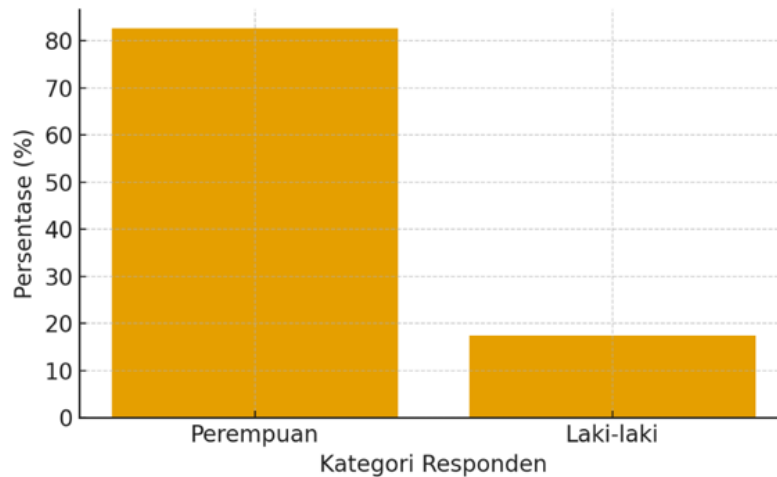
- Tahap persiapan. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan kondisi awal yang ada di mitra. Pada tahapan ini juga dilakukan persiapan kegiatan berupa penyusunan materi edukasi berbasis regulasi BPOM dan studi ilmiah, koordinasi dengan sekolah terkait pelaksanaan kegiatan, dan pretest untuk mengetahui kondisi awal sejumlah remaja terkait kosmetik aman.
- Tahapan pelaksanaan. Tahapan ini dilakukan dengan membagi dalam beberapa bentuk intervensi berdasarkan permasalahan hasil identifikasi tahap awal. intervensi yang dilakukan adalah memberikan penyuluhan terkait kosmetik berbasis peraturan BPOM seperti pelatihan membaca label, komposisi, klaim beberapa produk kosmetik, bahan berbahaya dalam kosmetik, serta diskusi interaktif terkait kosmetik
- Tahapan evaluasi. tahapan ini dilakukan oleh tim pengabdian untuk memastikan efektivitas program dengan melakukan wawancara dan pengisian post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa setelah kegiatan terlaksana serta sebagai bentuk refleksi kegiatan. Selain itu, di tahapan ini dilakukan penyusunan laporan hasil kegiatan, penulisan draft artikel untuk publikasi di jurnal pengabdian masyarakat.

Untuk mendukung keterlaksanaan kegiatan pengabdian ini, disiapkan materi edukasi terkait kosmetik aman berbasis regulasi BPOM, petunjuk cara membaca label produk, dan contoh beberapa produk kosmetik aman. serta alat yang disiapkan adalah laptop, proyektor, sound system, smartphone dan internet untuk mengakses soal pretest dan post test.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik responden

Kegiatan Program Konsultasi dan Edukasi Kosmetik Aman bagi Remaja di Era Digital telah dilaksanakan di MAN 1 Kota Jambi dengan melibatkan siswa-siswi kelas XI sebagai peserta utama dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 2 . Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil analisis menunjukkan bahwa responden perempuan mendominasi partisipasi dengan persentase sebesar 82,6%, sedangkan laki-laki hanya berjumlah 17,4%. Ketimpangan ini sejalan dengan temuan berbagai studi ilmiah yang menunjukkan bahwa perempuan, terutama pada kelompok usia remaja dan dewasa muda, memiliki minat dan keterpaparan yang lebih tinggi terhadap penggunaan kosmetik dibandingkan laki-laki. Penggunaan kosmetik pada perempuan dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, dan persepsi terhadap penampilan, sebagaimana dijelaskan oleh Souiden dan Diagne (2009), yang melaporkan bahwa perempuan memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dalam konsumsi produk kecantikan dibandingkan laki-laki (Souiden & Diagne, 2009). Sementara itu, meskipun penggunaan produk perawatan diri pada laki-laki meningkat, pola penggunaannya masih lebih rendah dibandingkan perempuan. Perempuan dipertimbangkan lebih memperhatikan penampilan mereka dari pada pria. Perempuan dipengaruhi dan dimotivasi melalui interaksi sosial sehingga mendorong untuk mempuan keputusan pembelian mereka (Chairina et al., 2023; Hoo et al., 2025).

b. Peran Media Sosial dalam Pembentukan Perilaku Konsumsi Kosmetik Remaja

Data pengabdian ini menunjukkan bahwa sebesar 92,9% responden memperoleh informasi mengenai kosmetik melalui media sosial. Selebihnya, responden mengaku mendapatkan informasi melalui iklan media cetak dan elektronik, klinik kecantikan/dokter/dokter kulit, apotek, dan lainnya (7,1%). Proporsi ini mengindikasikan bahwa media sosial menjadi saluran utama yang membentuk pengetahuan, persepsi, dan perilaku remaja terkait penggunaan produk kosmetik. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi minat dan keputusan konsumsi kosmetik pada kelompok usia muda karena sifatnya yang interaktif, mudah diakses, serta didukung oleh konten visual yang persuasif (Hoo et al., 2025). Selain itu, studi oleh Alalwan (2018) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber informasi yang dominan bagi konsumen karena kemampuannya menyediakan konten iklan, ulasan pengguna, dan rekomendasi influencer yang dipercaya oleh audiens muda (Alalwan, 2018).

Dalam konteks perilaku remaja, pengaruh media sosial terhadap keputusan penggunaan kosmetik juga diperkuat oleh temuan Djafarova dan Rushworth (2017), yang menyatakan bahwa remaja cenderung mengandalkan rekomendasi dari influencer sebagai rujukan dalam menilai keamanan dan manfaat suatu produk. Ketergantungan tinggi pada media sosial sebagai sumber informasi memiliki implikasi pada kebutuhan edukasi mengenai keamanan kosmetik, mengingat tidak semua konten yang beredar disertai informasi ilmiah yang valid. Oleh karena itu, tingginya proporsi responden yang mengandalkan media sosial

menegaskan pentingnya program edukasi yang mampu memberikan informasi yang akurat dan berbasis bukti untuk mendukung perilaku konsumsi kosmetik yang lebih aman (Djafarova & Rushworth, 2017).

c. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat



Gambar 3. Tim Pengabdian kepada Masyarakat dan Siswa MAN 1 Kota Jambi

Sesi sosialisasi diawali dengan pemaparan materi oleh tim dosen dan mahasiswa (gambar 1) yang membahas pentingnya keamanan kosmetik, cara mengenali produk berizin edar BPOM, bahaya penggunaan kosmetik ilegal, serta tips menjadi konsumen cerdas di era digital. Materi disampaikan secara interaktif melalui presentasi dan diskusi, serta dilengkapi dengan contoh produk kosmetik yang aman dan yang tidak terdaftar di BPOM (gambar 2) kemudian dilanjutkan oleh sesi tanya jawab interaktif (gambar 3).



Gambar 4. Pemaparan Materi oleh Salah Satu Anggota Tim Pengabdian kepada Masyarakat

Dari hasil observasi dan tanya jawab, terlihat bahwa sebagian besar peserta belum memahami secara mendalam mengenai cara memeriksa legalitas kosmetik melalui website resmi BPOM (cekbpom.pom.go.id). Setelah penyuluhan dilakukan, peserta mampu mempraktikkan pengecekan izin edar produk secara mandiri, menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kesadaran terkait keamanan kosmetik. Antusiasme peserta juga terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan, khususnya tentang efek samping bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, dan pewarna sintesis.



Gambar 5. Sesi Tanya Jawab Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

d. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner sederhana sebelum dan sesudah kegiatan untuk mengukur perubahan pengetahuan peserta. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang kosmetik aman, cara membaca label produk, dan kesadaran terhadap risiko kosmetik ilegal. Selain itu, pihak sekolah menyambut positif kegiatan ini dan menyatakan minat untuk melanjutkan program serupa dengan tema yang lebih luas, seperti perawatan kulit remaja dan edukasi bahan kimia dalam kosmetik.

Tabel 1. Perbandingan Nilai Pre-Test dan Post-Test

Keterangan	Pretest	Posttest
Rata-rata Skor	73,9	96,7
Skor Minimum	58,3	83,3
Skor Maksimum	91,7	100

Hasil analisis menunjukkan bahwa kegiatan edukasi mengenai kosmetik aman memberikan peningkatan pengetahuan yang bermakna pada seluruh peserta. Rerata nilai pretest sebesar 72,22% meningkat menjadi 96,11% pada posttest, dengan rata-rata selisih 23,89 poin. Peningkatan ini tidak hanya signifikan secara statistik berdasarkan uji t berpasangan ($p < 0,001$), tetapi juga memiliki ukuran efek yang besar (Cohen's $d = 1,25$), yang mengindikasikan bahwa perubahan yang terjadi bersifat substantif dan bukan sekadar fluktuasi nilai. Hampir seluruh peserta mengalami peningkatan skor, dan sebagian mencapai peningkatan lebih dari 30 poin, terutama pada peserta dengan nilai dasar yang lebih rendah. Temuan ini memperlihatkan bahwa intervensi edukatif sangat efektif dalam memperbaiki kesenjangan pengetahuan mengenai keamanan penggunaan kosmetik.

Kenaikan pada skor minimum dari 58,33 menjadi 83,33 menunjukkan bahwa peserta dengan pengetahuan awal rendah memperoleh manfaat substansial dari edukasi yang diberikan. Hal ini konsisten dengan temuan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa edukasi kesehatan dan kosmetik berbasis presentasi interaktif, diskusi, dan contoh visual mampu meningkatkan pemahaman secara signifikan pada kelompok usia remaja,

terutama ketika materi dikaitkan dengan risiko penggunaan kosmetik berbahaya serta cara identifikasi produk aman.

Pola peningkatan yang konsisten pada peserta sejalan dengan beberapa studi terbaru yang menunjukkan bahwa pendidikan kesehatan yang dirancang secara terstruktur mampu meningkatkan literasi kesehatan pada remaja dan dewasa muda. Sung et al. (2023) melaporkan bahwa program edukasi berbasis sekolah efektif dalam memperbaiki sikap dan pemahaman terkait praktik perawatan diri dan risiko kosmetik. Efektivitas intervensi tak hanya bergantung pada isi materi, tetapi juga pada metode penyampaian yang relevan dengan konteks peserta. Pada program ini, penggunaan contoh produk, penjelasan mengenai izin edar, serta diskusi mengenai risiko bahan tertentu menjadi faktor yang memungkinkan peserta menghubungkan materi dengan pengalaman sehari-hari mereka. Pendekatan kontekstual semacam ini memang direkomendasikan oleh beberapa penelitian karena terbukti memperkuat proses internalisasi pengetahuan (Olcer et al., 2023; Sung et al., 2023).

Di samping itu, peningkatan skor yang menonjol pada kelompok dengan nilai pretest rendah menunjukkan bahwa edukasi kesehatan memiliki peran penting dalam mengurangi kesenjangan pengetahuan antarpelajar. Literasi kesehatan yang rendah telah dikaitkan dengan peningkatan kerentanan terhadap misinformasi, termasuk dalam hal penggunaan produk kosmetik yang dipromosikan melalui media sosial. Studi oleh Sukys et al. (2024) menekankan bahwa peningkatan literasi kesehatan berkorelasi dengan kemampuan remaja dalam mengambil keputusan yang lebih aman terkait perilaku kesehatan. Temuan dalam penelitian ini mendukung argumen tersebut, terutama karena mayoritas peserta merupakan pengguna aktif produk kosmetik yang terpapar informasi daring secara intensif (Gómez-López et al., 2024).

Sementara itu, peningkatan skor maksimum hingga mencapai nilai sempurna memperlihatkan bahwa peserta yang sudah memiliki dasar pengetahuan cukup baik pun tetap mendapatkan penguatan konsep melalui kegiatan pengabdian ini. Hal ini juga sejalan dengan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Ratnasari (2025) yang menekankan pentingnya edukasi langsung kosmetik untuk membentuk pengetahuan, sikap kritis dan perilaku bijak yang lebih permanen serta meningkatkan literasi kosmetik (Ratnasari, 2025).

Walaupun peningkatan pengetahuan terlihat jelas, beberapa keterbatasan pada pengabdian ini perlu dicermati. Pertama, ukuran sampel relatif kecil karena total siswa yang mengisi pre-test dan post-test hanya 15 orang. Jumlah tersebut lebih kecil dibandingkan dengan jumlah partisipan yang mengikuti kegiatan dikarenakan adanya kuesioner yang tidak terisi lengkap, sehingga data tersebut tidak disertakan dalam analisis untuk menjaga validitas hasil. Kedua, kegiatan pengabdian ini hanya mengukur perubahan pengetahuan segera setelah intervensi sehingga belum dapat menggambarkan perubahan pengetahuan dalam jangka panjang maupun perubahan perilaku aktual dalam penggunaan kosmetik. Oleh sebab itu, evaluasi jangka panjang diperlukan untuk menilai efektivitas program secara menyeluruh.

V. KESIMPULAN

Kegiatan Program Konsultasi dan Edukasi Kosmetik Aman bagi Remaja di Era Digital telah terlaksana dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta maupun pihak sekolah. Melalui kegiatan sosialisasi mengenai kosmetik aman sesuai anjuran BPOM, program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dalam mengenali serta menggunakan produk kosmetik yang aman. Kegiatan ini juga memperlihatkan efektivitas pendekatan edukatif interaktif dan partisipatif dalam membangun literasi kosmetik yang sehat di kalangan remaja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada MAN 1 Kota Jambi atas dukungan dan kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Penghargaan juga disampaikan kepada kepala sekolah, para guru, serta seluruh siswa yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan antusiasme tinggi dalam setiap rangkaian kegiatan. Tidak lupa, penulis berterima kasih kepada Universitas Jambi atas Dana Pengabdian kepada Masyarakat yang bersumber DIPA-PNBP Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Skema Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) dengan Surat Perjanjian Pengabdian Kepada Masyarakat Nomor: 803/UN21.11/PM.01.01/SPK/2025 sehingga program edukasi ini berjalan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42, 65–77. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2018.06.001>
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., & Sularso, R. A. (2023). Dampak Gender pada Pembelian Produk Perawatan Wajah di Negara Beriklim Tropis. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 368–382. <https://doi.org/10.30588/JMP.V12I2.1274>
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1–7. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2016.11.009>
- Gómez-López, M., Carlos-Vivas, J., Sukys, S., Kuzmarskiene, G., & Motiejunaite, K. (2024). Exploring the Association Between Adolescents' Health Literacy and Health Behavior by Using the Short Health Literacy (HLS19-Q12) Questionnaire. *Healthcare* 2024, Vol. 12, Page 2585, 12(24), 2585. <https://doi.org/10.3390/Healthcare12242585>
- Hoo, W. C., Quinn, I. T. E., Wolor, C. W., Annamalah, S., & Ven, C. P. (2025). Influencing factors and consumer purchase intention through online platform in Malaysia cosmetics industry. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3), 536–544. <https://doi.org/10.53894/IJIRSS.V8I3.6569>
- Israel, B. A., Schulz, A. M. Y. J., Parker, E. A., Becker, A. B., Allen, A. J., & Guzman, J. R. (2017). Community-Based Participatory Research for Health: Advancing Social and Health Equity. In *Community-Based Participatory Research for Health: Advancing Social and Health Equity* (3rd Edition). <https://www.wiley.com/en-us/Community-Based+Participatory+Research+for+Health%3A+Advancing+Social+and+Health+Equity%2C+3rd+Edition-p-9781119258858>
- Lestari, R. D., & Widayati, A. (2022). Profil Penggunaan Kosmetika di kalangan Remaja Putri SMK Indonesia Yogyakarta. *Majalah Farmaseutik*, 18(1), 8–16. <https://doi.org/10.22146/Farmaseutik.V18I1.70915>
- Nawiyah, N., Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Tahun 2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>
- Olcer, Z., Cal, A., Unal, N., Oztas, B., & Oge, G. (2023). *Examining the Use of Cosmetic Products and the Awareness of Healthy Life among University Students*. https://doi.org/10.4103/tjd.tjd_136_22
- Putri, N. (2024). Consumptive Behavior of Urban Adolescent Girls in Using Skincare Products. *Journal of International Women's Studies*, 26(4), 6. <https://scholar.unair.ac.id/en/publications/consumptive-behavior-of-urban-adolescent-girls-in-using-skincare->
- Ratnasari, R. (2025). Penyuluhan Pemilihan dan Penggunaan Kosmetik yang Aman Tanpa Bahan Kimia Berbahaya terhadap Remaja di SMKN 1 Makassar. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 398–402. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v6i1.592>
- Souiden, N., & Diagne, M. (2009). Canadian and French men's consumption of cosmetics: A comparison of their attitudes and motivations. *Journal of Consumer Marketing*, 26(2), 97–109. <https://doi.org/10.1108/07363760910940465>
- Suharsanti, R., Mutiara, E. V., Advistasari, Y. D., Ariani, L. W., & Wulandari, W. (2025). Program Literasi Kosmetik: Peningkatan Pemahaman Remaja Terhadap Resiko Produk Skincare Overklaim. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(7), 3210–3214.
- Suhermi, L., Barokah, N., & Kamal, R. (2025). Pembelajaran Kontekstual sebagai Inovasi Kreatif dalam Menjadikan. *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Humaniora*, 4(2), 94–103. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v4i2.2197>
- Sung, H., Han, A. Y., & Seol, G. H. (2023). BodyThink program-based body image education improves Korean adolescents' attitudes toward cosmetic surgery: randomized controlled trial. *BMC Nursing*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/S12912-023-01649-3>
- Wallerstein, N., & Duran, B. (2010). Community-Based Participatory Research Contributions to Intervention Research: The Intersection of Science and Practice to Improve Health Equity. *American Journal of Public Health*, 100(Suppl 1), S40. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.184036>